

視点(863)

熟年マーケットと専門店(その2)!!

(流通とSC・私の視点(862)より続く)

わが国では、熟年業態の店舗展開レベルが第2世代の段階(チェーン店の展開レベルとしては第1世代)であるため、百貨店やGMSの総合業態の中で展開されており、モール専門店としての熟年業態が成長していません。日本で熟年業態が第3段階(チェーン店の展開レベルが第2世代になる段階)は、後5年ぐらいはかかることとなります。

その場合の熟年業態を形成するための「切り口」は、次の通りです。

第1の切り口	第2の切り口	第3の切り口
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">エイジレス</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">エイジング</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">アンチエイジ</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">趣味</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">友達</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">体形</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">非価格・上質</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 2px;">安心・安全・健康</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">スロー・ゆとり</div>

この切り口を基に、熟年業態のタイプ分類をすると次の通りと考えられます。

	テーマ	内容
第1のタイプ	大きいサイズショップ	感性はヤングマインドだが、サイズは熟年世代にフル対応した熟年ショップ
第2のタイプ	コンサバリッチショップ	高級かつコンサバ本来の年相応で伝統的な熟年ショップ(ラグジュアリーブランドショップも含む)
第3のタイプ	コンテンポラリー熟年ショップ	今風かつ若々しい、ヤングブランドの感性を熟年向けに対応した熟年ショップ(例:バナナリパブリック)
第4のタイプ	母と娘のハイブリッドショップ	お下がり・お上がりの団塊シニア世代と団塊ジュニア世代の母と娘のコンボの熟年ショップ(パーツでブリッジ)
第5のタイプ	チョイ悪熟年ショップ	チョイ悪オヤジとチョイ悪シニア志向の団塊シニア世代の熟年ショップ
第6のタイプ	エイジング対応の熟年ショップ	年をとることによる魅力をプレゼンテーションしてくれる熟年ショップ
第7のタイプ	旅&カジュアルショップ	熟年層にとって最大の興味の1つである旅をテーマとしたショップ化であり、同時に熟年シニアのデイリーアパレル化の熟年ショップ(例:ハヴァナイストリップ)
第8のタイプ	ロハスショップ	ヘルス&ビューティ分野と自然志向のロハス分野とファッションを一体化した熟年ショップ(例:パタゴニア)
第9のタイプ	スポーツカジュアル熟年ショップ	健康とスポーツに興味を持つ熟年者を対象としたファッション総合の熟年ショップ
第10のタイプ	井戸端会議熟年ショップ	ペット同伴OKやカフェ併設のゆとり感と井戸端会議感を持たせた熟年ショップ

以上の熟年ショップの単独化及び総合化が考えられます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六 車 秀 之